

2.2.2. El Turismo del resto de España

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte estima que Andalucía recibió en el año 2008 algo más de **7,4 millones de turistas nacionales procedentes del resto de España**, un mercado emisor que representa el 29,6% del total de turistas que han visitado la región en este año, y el 48,4% del turismo nacional, lo que pone en evidencia la importancia de este mercado para el destino andaluz.

En los últimos años, el turismo del resto de España en Andalucía ha alternado crecimientos y descensos. Concretamente, respecto al año anterior, **este mercado experimentó un descenso en términos relativos del -2,9%**, una tasa de variación muy similar a la del total de turistas (-2,8%) o a la que registró el turismo procedente de la propia Andalucía (-3,1%).

Un año más, el turismo procedente del resto de España es el mercado emisor de Andalucía que más **concentra sus visitas en el tercer trimestre del año**. En efecto, el 37,7% escogió los meses de julio a septiembre para viajar al destino andaluz.

En cuanto al tiempo que permanecen en Andalucía, los turistas nacionales procedentes del resto de España presentan una **estancia media de 7,6 días**, lo que supone un día y medio más que la estancia media de los turistas de la propia Comunidad y 4 días menos que la del turista extranjero.

Una vez que están en Andalucía, estos turistas **gastan una media de 59,17 euros al día**, un gasto 5,8 euros superior al que realiza el mercado andaluz. Los gastos realizados en restauración y alojamiento absorben la mayor parte de este presupuesto, concretamente un 35,5% y un 26,4% del mismo, respectivamente, sin que este comportamiento difiera sustancialmente del resto de mercados analizados.

Entre los turistas nacionales no andaluces se observa un **perfil sociodemográfico** en el que la proporción de mujeres (51,7%) supera a la de varones, si bien este porcentaje es similar al observado en la mayoría de los mercados analizados.

El grupo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 30 y 44 años (32,3%), y en ello coincide con los turistas andaluces. Sin embargo, en comparación con estos últimos, el mercado nacional procedente del resto de España presenta una mayor presencia de turistas de 45 y más años (43,5% frente al 33,9% de los turistas andaluces), a la vez que un menor peso de los turistas jóvenes (24,2% frente al 31,6% de los turistas residentes en Andalucía).

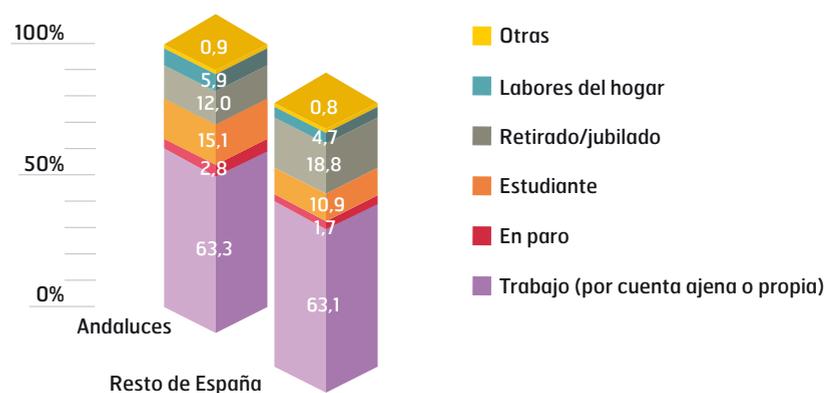
Predominan los que poseen un trabajo remunerado (63,1%), aunque la proporción de los turistas jubilados/retirados es en este mercado más alta que la que presenta los turistas andaluces, y a la inversa con respecto a la categoría de estudiantes, lo cual es coherente con la estructura de edad de este emisor. En cuanto a la profesión que desempeñan, destacan los técnicos y profesionales de apoyo (25,1%) y los trabajadores de los servicios (23,5%).

Turistas del resto de España. Evolución 2004 - 2008



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

Situación Laboral de los turistas. Andaluces / Resto de España. Año 2008



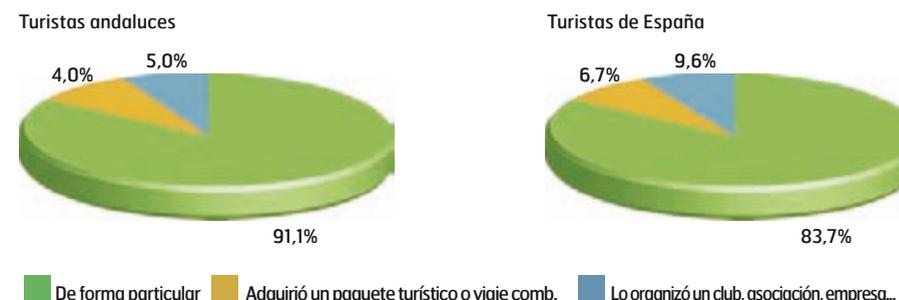
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El coche es el principal **medio de transporte** para acceder a la Comunidad andaluza, utilizado por el 62,3% de los encuestados. Otro 19,9% usó el avión en su desplazamiento, un porcentaje muy superior del que presenta el turista andaluz, pero muy alejado de los mercados extranjeros.

Los turistas procedentes del resto de España prefieren los establecimientos hoteleros (hoteles y pensiones) a la hora de pernoctar en Andalucía, pues el 72,9% de este mercado hizo uso de esta **tipología de alojamiento** en el año 2008. Sólo uno de cada cuatro turistas nacionales no andaluces utilizó el apartamento (en propiedad, alquilado, o cedido por familiares o amigos), una proporción que se parece más al peso que esta opción de alojamiento tiene para el mercado extranjero que para el mercado nacional residente en Andalucía.

En el 83,7% de los casos, el turista del resto de España organiza su viaje de forma particular, un comportamiento más parecido al que presenta el turista extranjero (81,2%) que el que exhibe el turista andaluz (91,1%). En la organización de las vacaciones, Internet se ha convertido en una herramienta muy útil para los turistas nacionales no andaluces, puesto que cerca del 40% utilizaron este medio para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico del viaje a Andalucía.

Forma de organizar el viaje. Andaluces / Resto de España. Año 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

Para el turista del resto de España, el principal **motivo del viaje** a Andalucía es pasar sus vacaciones o disfrutar de su tiempo de ocio, así lo manifestaron el 88,5% de los encuestados de este mercado. En la **elección** del destino andaluz, el clima (38,8%) y las visitas a monumentos (25,3%) son los factores que más influyeron en la decisión de los turistas del resto de España.

Por lo que se refiere al tipo de **actividades desarrolladas** durante su estancia en la región, se comprueba que los mismos factores que determinaron la elección del destino ejercen influencia en las actividades realizadas por estos turistas. Así, el 46,9% disfrutó de las playas, el 32,4% visitó monumentos y museos y 30,5% se dedicó a la observación de la naturaleza.

La **valoración** global que el mercado del resto de España hace del destino turístico andaluz en el año 2008 se sitúa en 6,9 puntos en una escala del 1 al 10. Los aspectos mejor valorados por este mercado han sido los paisajes y parques naturales (7,9 puntos), el trato recibido y el alojamiento (ambos con 7,8 puntos), que también son los aspectos mejor puntuados por los turistas andaluces.

Seis de cada diez turistas procedentes del resto de España conocieron el destino andaluz por experiencia propia y otro 27,3% por recomendación de amigos y familiares, concediendo así a la imagen que el turista se lleva de su viaje a Andalucía una gran relevancia promocional, quedando a mucha distancia otros **canales de información** (agencias de viajes, Internet, folletos turísticos, etc...).

En cuanto **al grado de fidelidad** de este mercado, entendido como el número de turistas que han repetido visita a Andalucía en el año 2008 después de haberla visitado en 2007, el porcentaje asciende al 58,4%, por encima de la media del total de turistas (54,4%) pero por debajo del que presentan los turistas andaluces (77,3%).

Resumen de resultados. Turismo Resto de España. Año 2008.

